

2024 한국 퍼리 팬덤 컨벤션 행사 조사

소비자의 선호도를 중심으로

플레처 더 허스키 Fletcher the Husky

2024년 10월 14일

초록

한국의 퍼리 팬덤 규모는 해가 갈수록 커지고 있으며, 늘어나고 있는 행사의 수와 퍼슈터의 수가 이를 증명한다. 굿즈나 그림 커미션과 같은 미시적 규모의 시장 조사는 이루어진 반면 행사를 대상으로 하는 시장 조사가 이루어지지 않아 행사를 주최하고자 하는 사람들이 참고할 수 있는 자료가 부족하다는 맹점이 있었다. 따라서 이 연구는 퍼리 팬덤 내 행사에 소비자가 기대하는 바를 조사하여 행사 주최진에게 행사와 관련된 통찰을 제공하는 것을 목표로 하였다. 설문 결과 소비자가 행사에 가격적인 부분과 내용적인 부분에서 기대하는 부분에 대해 알아볼 수 있었다.

본문으로 들어가기에 앞서, 본 연구 보고서는 학술적인 형식을 띄고 있으나 이는 본 조사가 연구의 형식을 띄어 진행된 점, 제대로 된 보고서의 형식을 갖추기 위해서 공적인 형식이 필요한 점을 감안하여 학술적인 형식을 채택한 것으로, 본 연구 보고서는 어디까지나 퍼리 팬덤 내 창작자 및 소비자의 팬덤 활동에 참고용 이상의 의미가 부여되어서는 안 된다는 것을 밝힌다.

1. 서론

한국 퍼리 팬덤 내 행사의 종류와 수는 일일이 따라가고 파악하기 어려울 정도로 많아지고 있다. 그러나 이러한 팬덤의 확장에도 불구하고 한국 퍼리 팬덤 내에서 이루어진 시장 조사는 굿즈나 그림 커미션 등 미시적인 부분에 한정되어 행사와 같은 대규모 시장에 있어서 소비자들이 선호하는 부분이 무엇인지 알아볼 수 없는 문제가 있었다. 따라서 본 연구에서는 팬덤 내 행사에 대한 소비자의 선호도를 조사하여 행사 주최진이 참고할 수 있는 정량적 자료를 만드는 것을 목표로 하였다. 이를 위해 행사를 촬영회, 종합 컨벤션, 굿즈 판매전, 야유회로 나누어 각각의 경우에 대해 참가 여부를 물어본 후, 촬영회와 종합 컨벤션의 경우 심층 질문을 실시하였다. 또한 이를 통해 얻은 자료에 대해 추가적인 상관 분석을 실시하였다.

2. 연구 방법

1) 연구 대상 및 조사 방법

본 연구는 “한국 내 퍼리 팬덤 관련 행사에 참여한 경험이 있는 사람”을 대상으로 하였다. 해당 조건 외에 성별, 나이, 지역 등 기타 조건은 두지 않았다. 행사 참여 경험이 없는 사람을 대상으로 하지 않은 이유는 다음과 같다. 행사에 한 번이라도 참여한 경험이 있는 사람은 행사에 대해 더욱 현실적인 기대치를 가질 수 있다. 따라서 응답이 행사 주최진에게 도움이 될 수 있는 건설적인 내용을 포함하고 있을 가능성이 높으며, 이는 한정된 연구 자원을 가지고 진행되는 본 연구에서 중요한 부분으로 작용한다.

필요한 데이터 수집은 설문 조사를 통해 이루어졌다. 우선 소비자를 대상으로 한 연구를 설계하기에 앞서 행사를 주최해 본 경험이 있는 개인이나 단체를 대상으로 파일럿 연구를 제작하여 배포하였다. 이후 해당 연구 결과를 바탕으로 서론에서 언급한대로 행사를 촬영회, 종합 컨벤션, 굿즈 판매전,

야유회로 나누어 각각에 대한 참여 경험 여부와 심층 질문을 포함한 설문지를 온라인으로 제작하여 1차적으로 5개의 답변을 확보한 후 제작된 설문지에 문제가 없는지 점검하였다. 이후 완성된 설문지를 퍼리 팬덤 이용자가 주로 사용하는 소셜 미디어를 이용해 연구에 사용된 설문지를 홍보하여 총 133개의 답변을 확보하였고 모든 답변의 타당성을 점검하여 이 중 답변의 타당성이 떨어진다고 판단된 답변 27개를 제외한 106개를 사용하였다.

2) 분석 방법

수집된 자료 중 추가적으로 상관 관계 및 인과 관계에 대한 분석이 필요하다고 판단된 자료들은 Wizard 2 통계 프로그램을 통해 분석하였다. 상관 관계 분석이 필요한 경우 유의 수준 $p \leq 0.05$ 에서 Spearman's Rank Correlation을 통해 검증하였다. 인과 관계 검증이 필요한 경우 유의 수준 $p \leq 0.05$ 에서 Chi-Square Test를 통해 분석하였다.

3. 연구 결과

1) 기술적 자료

총 106명의 참여자 중 성별의 경우 86명은 남성, 20명은 여성이었다. 남성의 비율이 81.1%로 과거 연구들에서 보여진 성비와 큰 차이가 없으며 이는 퍼리 팬덤 내의 남성 위주의 성비에 큰 차이가 없음을 의미한다. 나이의 경우 평균 23.991세, 중간값 25이나 편차가 4.689로 커 다양한 나이의 사람들이 팬덤에 존재하는 것으로 나타났다 (St.Dev.=4.689, Var.=21.99). 가장 나이가 어린 참여자는 15세, 가장 나이가 많은 참여자는 33세였다. 참여자의 최종 학력은 대학교 졸업이 40명, 대학교 재학이 33명, 고등학교 재학이 16명, 고등학교 졸업이 9명, 대학원 재학과 졸업이 각각 4명으로 전체적으로 대학교 수준의 학력 보유자가 가장 많은 것으로 나타났으며 이는 팬덤의 나이대와 일치한다. 참여자의 현 거주 형태는 부모와 거주한다

성별	남	86			
	여	20			
나이	15-17세		16		
	18-19세		4		
	20-22세		17		
	23-25세		25		
	26-28세		32		
	29-30세		8		
	31-33세		4		
학력	고교 재학			16	
	고교 졸업			9	
	대학 재학			33	
	대학 졸업			40	
	대학원 재학			4	
	대학원 졸업			4	
거주 형태	부모와 거주				68
	1인 거주				21
	애인과 거주				8
	군 복무중				8
	기타				1
월 소득	100만원 미만				12
	100-200만원				12
	200-300만원				26
	300-400만원				8
	400-500만원				32
	500-600만원				4
	600만원 이상				12

표 1: 참여자에 인구적 분포에 대한 기술적 자료

고 대답한 사람이 68명으로 가장 많았으며 1인 거주자가 21명, 연인 혹은 배우자와 거주하는 사람이 8명, 군 복무중인 사람이 8명, 그 외의 형태로 거주하는 사람이 1명 있었다. 참여자 가정의 월 소득은 400만원 이상 500만원 미만이 32명으로 가장 많았

으며 200만원 이상 300만원 미만이 26명, 100만원 미만, 100만원 이상 200만원 미만과 600만원 이상이 각각 12명, 300만원 이상 400만원 미만이 8명, 500만원 이상 600만원 미만이 4명으로 나타났다.

연구 참여자 중 국내에서 열린 촬영회에 참여한 경험이 있는 사람은 70명, 참여한 경험이 없는 사람은 36명으로 나타났다. 여기에서 촬영회란 일정 수의 인원이 사진 촬영을 목적으로 스튜디오나 외부 촬영지 등 특정 장소에서 만나 퍼슈트 촬영 활동을 하는 행사를 의미한다. 촬영회에 참여한 경험이 있는 70명 중 1회 이상 3회 이하 참여 경험이 있는 사람이 28명, 4회 이상 6회 이하 참여 경험이 있는 사람이 9명, 7회 이상 참여 경험이 있는 사람이 33명이었다.

이어서 촬영회에 참여한 경험이 있는 참여자에게 촬영을 실내 스튜디오에서 진행하는 경우, 참여자가 생각하는 이상적인 촬영회 인원수에 대해 물어보았다. 인원은 서포터를 제외한 퍼슈터와 사진사를 합한 값으로 계산하였다. 결과는 평균 10.129명, 중간값 9명이었다(St.Dev.=4.38, Var.=19.186). 최소값은 3명, 최대값은 20명이었다.

이어서 촬영회에 참여한 경험이 있는 참여자에게 촬영을 실내 스튜디오에서 진행하는 경우, 참여자가 생각하는 이상적인 촬영회 참가비에 대해 물어보았다. 결과는 평균 34,528.571원, 중간값 30,000원이었다(St.Dev.=18,164.084, Var.=329,933,954.451). 최소값은 15,000원, 최대값은 100,000원이었다.

이어서 촬영회에 참여한 경험이 있는 참여자에게 촬영을 실내 스튜디오에서 진행하는 경우, 참여자가 생각하는 이상적인 촬영회 진행 시간에 대해 물어보았다. 결과는 평균 3.614시간, 중간값 4시간이었다(St.Dev.=1.12, Var.=1.255). 최소값은 1시간, 최대값은 6시간이었다.

이어서 촬영회에 참여한 경험이 있는 참여자에게 촬영을 실외에서 진행하는 경우, 참여자가 생각하는 이상적인 촬영회 인원수에 대해 물어보았다. 인원은 서포터를 제외한 퍼슈터와 사진사를 합한 값으로 계산하였다. 결과는 평균 11.629명, 중간값

10명이었다(St.Dev.=7.341, Var.=53.889). 최소값은 3명, 최대값은 30명이었다.

이어서 촬영회에 참여한 경험이 있는 참여자에게 촬영을 실외에서 진행하는 경우, 참여자가 생각하는 이상적인 촬영회 참가비에 대해 물어보았다. 결과는 평균 32,434.286원, 중간값 25,000원이었다(St.Dev.=32,057.746, Var.=1,027,699,097.308). 최소값은 100원, 최대값은 150,000원이었다.

이어서 촬영회에 참여한 경험이 있는 참여자에게 촬영을 실외에서 진행하는 경우, 참여자가 생각하는 이상적인 촬영회 진행 시간에 대해 물어보았다. 결과는 평균 3.386시간, 중간값 3시간이었다(St.Dev.=1.195, Var.=1.429). 최소값은 2시간, 최대값은 9시간이었다.

연구 참여자 중 국내에서 열린 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 사람은 102명, 참여한 경험이 없는 사람은 4명으로 나타났다. 여기에서 종합 컨벤션이란 하루 혹은 그 이상의 기간에 걸쳐 굿즈 판매, 퍼슈트 활동, 레크리에이션, 사진 촬영, 친목과 교류 등 다양한 목적의 교류 활동을 가지는 종합 행사를 의미한다. 국내에서 열린 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 사람의 참여 횟수의 경우 평균 3.373회, 중간값 3회로 나타났다(St.Dev.=2.024, Var.=4.097). 최소값은 1회, 최대값은 15회였다.

연구 참여자 중 해외에서 열린 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 사람은 12명, 참여한 경험이 없는 사람은 94명으로 나타났다. 해외에서 열린 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 사람의 참여 횟수의 경우 평균 1.333회, 중간값 1회로 나타났다(St.Dev.=0.492, Var.=0.242). 최소값은 1회, 최대값은 2회였다.

이어서 국내 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 참여자에게 종합 컨벤션을 열기에 가장 이상적인 계절에 대해 물어보았다. 겨울(12-2월)이 70명으로 가장 많았으며 가을(9-11월)이 20명, 봄(3-5월)이 12명이었다.

이어서 국내 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 참여자에게 종합 컨벤션이 며칠간 진행되는 것이 적절하다고 생각하는지 물어보았다. 결과는 평균 2.275일, 중간값 2일로 나타났다(St.Dev.=0.6, Var.=0.36). 최소값은 1일, 최대값은 4일이었다.

이어서 국내 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 참여자에게 종합 컨벤션의 입장권이 여러 티어로 나누어졌다고 가정했을 때, 가장 저렴한 입장권의 가격으로 얼마가 적절하다고 생각하는지 물어보았다. 결과는 평균 32,715.686원, 중간값 30,000원으로 나타났다(St.Dev.=17,431.267, Var.=303,849,058.435). 최소값은 10,000원, 최대값은 100,000원이었다.

이어서 국내 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 참여자에게 종합 컨벤션의 입장권이 여러 티어로 나누어졌다고 가정했을 때, 가장 비싼 입장권의 가격으로 얼마가 적절하다고 생각하는지 물어보았다. 결과는 평균 253,941.176원, 중간값 200,000원으로 나타났다(St.Dev.=192,119.797, Var.=36,910,016,307.513). 최소값은 100,000원, 최대값은 1,000,000원이었다.

이어서 국내 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 참여자에게 종합 컨벤션에서 아래의 콘텐츠를 제공한다면 그 콘텐츠에 어느 정도 흥미를 느낄지 물어보았다.

우선 사진 촬영에 대해 물어보았다. 여기서 사진 촬영이란 주최측에서 공식적으로 사진 촬영과 관련된 콘텐츠를 제공하는 것을 의미하며, 참가자들이 비공식적으로 사진을 촬영하는 시간은 해당하지 않는다. 매우 흥미 있다고 대답한 사람은 40명(39.2%), 흥미 있다고 대답한 사람은 37명(36.3%), 보통이라고 대답한 사람은 17명(16.7%), 흥미 없다고 대답한 사람은 8명(7.8%), 매우 흥미 없다고 대답한 사람은 0명(0%)이었다.

이어서 레크리에이션에 대해 물어보았다. 여기서 레크리에이션이란 장기 자랑과 같이 참가자들이 무대에 올라와 공연을 하는 시간을 의미한다. 매

우 흥미 있다고 대답한 사람은 24명(23.5%), 흥미 있다고 대답한 사람은 49명(48%), 보통이라고 대답한 사람은 0명(0%), 흥미 없다고 대답한 사람은 20명(19.6%), 매우 흥미 없다고 대답한 사람은 9명(8.8%)이었다.

이어서 굿즈 판매에 대해 물어보았다. 여기서 굿즈 판매란 작가들이 부스를 열어 자신들의 굿즈를 판매할 수 있는 시간을 가질 수 있도록 하는 것을 의미한다. 매우 흥미 있다고 대답한 사람은 56명(54.9%), 흥미 있다고 대답한 사람은 24명(23.5%), 보통이라고 대답한 사람은 14명(13.7%), 흥미 없다고 대답한 사람은 8명(7.8%), 매우 흥미 없다고 대답한 사람은 0명(0%)이었다.

이어서 이벤트에 대해 물어보았다. 여기서 이벤트란 래플과 같이 주최측에서 참가자에게 경품을 제공하는 행사를 의미한다. 매우 흥미 있다고 대답한 사람은 28명(27.5%), 흥미 있다고 대답한 사람은 29명(48%), 보통이라고 대답한 사람은 21명(20.6%), 흥미 없다고 대답한 사람은 4명(3.9%), 매우 흥미 없다고 대답한 사람은 0명(0%)이었다.

이어서 강연에 대해 물어보았다. 여기서 강연이란 특정 주제로 주최측에서 섭외한 참가자가 진행하는 강연 행사를 의미한다. 매우 흥미 있다고 대답한 사람은 24명(23.5%), 흥미 있다고 대답한 사람은 40명(39.2%), 보통이라고 대답한 사람은 21명(20.6%), 흥미 없다고 대답한 사람은 13명(12.7%), 매우 흥미 없다고 대답한 사람은 4명(3.9%)이었다.

이어서 자유 교류에 대해 물어보았다. 여기서 자유 교류란 참가자들이 특별히 주최측에서 제공하는 콘텐츠를 소비하는 대신 다른 참가자들과 교류를 하는 등 자신이 원하는 대로 시간을 보내는 것을 의미한다. 매우 흥미 있다고 대답한 사람은 52명(51%), 흥미 있다고 대답한 사람은 28명(27.5%), 보통이라고 대답한 사람은 18명(17.6%), 흥미 없다고 대답한 사람은 4명(3.9%), 매우 흥미 없다고 대답한 사람은 0명(0%)이었다.

이어서 국내 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 참여자에게, 위에서 언급한 6개의 콘텐츠 중 참여할 의사가 있는 콘텐츠를 복수 응답이 가능하도록 물어보았다. 그 결과 자유 교류 88명, 사진 촬영 87명, 굿즈 판매 84명, 이벤트 80명, 레크리에이션 64명, 강연 60명으로 나타났다.

이어서 국내 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있는 참여자에게, 위에서 언급한 6개의 콘텐츠 중 종합 컨벤션에 있어서 필수적이라고 생각하는 콘텐츠를 복수 응답이 가능하도록 물어보았다. 그 결과 자유 교류 56명, 사진 촬영 54명, 굿즈 판매 52명, 레크리에이션 24명, 이벤트 24명, 강연 4명으로 나타났다.

연구 참여자 중 국내에서 열린 굿즈 판매전에 참여한 경험이 있는 사람은 78명, 참여한 경험이 없는 사람은 28명으로 나타났다, 여기에서 굿즈 판매전이란 각종 굿즈를 만드는 작가들이 한 자리에 모여 굿즈를 판매하는 행사를 의미한다. 국내에서 열린 굿즈 판매전에 참여한 경험이 있는 사람의 참여 횟수의 경우 평균 2.526회, 중간값 2회로 나타났다(St.Dev.=1.609, Var.=2.59). 최소값은 1회, 최대값은 7회였다.

연구 참여자 중 국내에서 열린 야유회에 참여한 경험이 있는 사람은 49명, 참여한 경험이 없는 사람은 57명으로 나타났다, 여기에서 야유회란 친목, 교류를 주요 목적으로 하여 일반적으로 2-3일의 기간에 걸쳐 MT 형식으로 진행되는 행사를 의미한다. 국내에서 열린 야유회에 참여한 경험이 있는 사람의 참여 횟수의 경우 평균 2.082회, 중간값 2회로 나타났다(St.Dev.=1.382, Var.=1.91). 최소값은 1회, 최대값은 5회였다.

2) 자료 분석

국내 종합 컨벤션에 참여한 횟수가 종합 컨벤션에서 제공하는 콘텐츠에 가지는 흥미에 미치는 영향에 대한 분석을 실시하였다.

먼저 종합 컨벤션 참여 횟수와 사진 촬영에 대한 흥미 사이의 상관을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 종합 컨벤션 참여 횟수와 사진 촬영에 대한 흥미 사이에는 통계적으로 유의한 정적 상관 관계가 나타났다($\rho(100)=0.244$, $p=0.014$). 이는 종합 컨벤션에 참여한 횟수와 사진 촬영에 더 적거나 많은 흥미를 가지는 수준에 통계적으로 유의미한 상관이 있다는 것을 의미한다.

종합 컨벤션 참여 횟수와 사진 촬영에 대한 흥미 사이에 유의미한 상관이 발견되어 추가적으로 인과 관계 확인을 위해 Chi-Square Test를 통해 모델을 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($X^2(12)=79.386$, $p<0.001$). 이러한 결과는 통계적으로 종합 컨벤션 참여 횟수가 많을수록 사진 촬영에 흥미가 높을 가능성이 있다는 것을 의미한다.

이어서 종합 컨벤션 참여 횟수와 레크리에이션에 대한 흥미 사이의 상관을 확인하였다, 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 종합 컨벤션 참여 횟수와 레크리에이션에 대한 흥미 사이에는 통계적으로 유의한 부적 상관 관계가 나타났다($\rho(100)=-0.205$, $p=0.039$). 이는 종합 컨벤션에 참여한 횟수와 사진 촬영에 더 적거나 많은 흥미를 가지는 수준에 통계적으로 유의미한 상관이 있다는 것을 의미한다.

종합 컨벤션 참여 횟수와 레크리에이션에 대한 흥미 사이에 유의미한 상관이 발견되어 추가적으로 인과 관계 확인을 위해 Chi-Square Test를 통해 모델을 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($X^2(12)=41.59$, $p<0.001$). 이러한 결과는 통계적으로 종합 컨벤션 참여 횟수가 많을수록 레크리에이션에 흥미가 낮을 가능성이 있다는 것을 의미한다.

이어서 종합 컨벤션 참여 횟수와 굿즈 판매에 대한 흥미 사이의 상관관계를 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 종합 컨벤션 참여 횟수와 굿즈 판매에 대한 흥미 사이에는 통계적으로 유의한 부적 상관 관계가 나타났다($\rho(100)=-0.552, p<0.001$). 이는 종합 컨벤션에 참여한 횟수와 사진 촬영에 더 적거나 많은 흥미를 가지는 수준에 통계적으로 유의미한 상관성이 있다는 것을 의미한다.

종합 컨벤션 참여 횟수와 굿즈 판매에 대한 흥미 사이에 유의미한 상관성이 발견되어 추가적으로 인과 관계 확인을 위해 Chi-Square Test를 통해 모델을 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($X^2(12)=77.24, p<0.001$). 이러한 결과는 통계적으로 종합 컨벤션 참여 횟수가 많을수록 굿즈 판매에 흥미가 낮을 가능성이 있다는 것을 의미한다.

이어서 종합 컨벤션 참여 횟수와 이벤트에 대한 흥미 사이의 상관관계를 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 종합 컨벤션 참여 횟수와 이벤트에 대한 흥미 사이에는 통계적으로 유의한 상관성이 나타나지 않았다($\rho(100)=-0.063, p=0.531$). 이는 종합 컨벤션에 참여한 횟수와 이벤트에 더 적거나 많은 흥미를 가지는 수준에 통계적으로 유의미한 상관성이 존재하지 않는다는 것을 의미한다.

이어서 종합 컨벤션 참여 횟수와 강연에 대한 흥미 사이의 상관관계를 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 종합 컨벤션 참여 횟수와 강연에 대한 흥미 사이에는 통계적으로 유의한 상관성이 나타나지 않았다($\rho(100)=0.040, p=0.692$). 이는 종합 컨벤션에 참여한 횟수와 강연에 더 적거나 많은 흥미를 가지는 수준에 통계적으로 유의미한 상관성이 존재하지 않는다는 것을 의미한다.

이어서 종합 컨벤션 참여 횟수와 자유 교류에 대한 흥미 사이의 상관관계를 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 종합 컨벤션 참여 횟수와 자유 교류에 대한 흥미 사이에는 통계적으로 유의한 상관성이 나타나지 않았다($\rho(100)=0.166, p=0.096$). 이는 종합 컨벤션에 참여한 횟수와 자유 교류에 더 적거나 많은 흥미를 가지는 수준에 통계적으로 유의미한 상관성이 존재하지 않는다는 것을 의미한다.

4. 결과 해석

우선 퍼리 팬덤의 인구학적 분포는 일반적인 기대를 크게 벗어나지 않는다. 20대 초·중반을 중심으로 10대부터 30대까지 연령대가 다양하게 분포하고 있으며 극단적인 남성 중심 팬덤인 점이 눈에 띈다. 이는 기존의 관련된 보고와도 일치한다 (University of California, Davis Department of Psychology, 2007). 또한 가장 최근인 2024년에 시행된 연구의 결과와도 크게 다르지 않다 (Fletcher the Husky, 2024 한국 퍼리 팬덤 시장 조사 결과 및 해석, 2024). 이 외에 학력 수준은 분포하고 있는 나이대에 비슷하게 대학교 수준에서 고등학교 수준이 가장 많이 분포하여 이전 연구와 크게 다르지 않았다(Fletcher the Husky, 2024 한국 퍼리 팬덤 시장 조사 결과 및 해석, 2024).

본 연구는 행사 주최자를 위해 소비자들의 퍼리 팬덤 내 행사에 대한 선호도를 정량화하는데 초점을 맞췄으며, 이에 따라 기술적 자료 수집과 상관 분석 위주로 이루어졌다. 따라서 결과의 대부분은 기술적 부분에 집중되었다.

퍼리 팬덤 내의 다수는 촬영회에 참여한 경험이 있었으며 절대다수는 종합 컨벤션에 참여한 경험이 있었다. 실내 스튜디오 촬영회에 비해 실외 촬영회의 경우 적절하게 여기는 참가비의 평균은 낮았으나 편차는 컸는데, 실내 스튜디오 촬영회의 경우 사람들이 스튜디오 대관 비용을 대부분의 경우 감안하여 낮은 수준의 편차를 보이는 반면, 실외의

경우 대관처에 따라 천차만별의 참가비가 나올 수 있어 편차가 큰 것으로 볼 여지가 있다.

종합 컨벤션의 경우 자유 교류에 흥미를 느끼는 사람이 가장 많은 것으로 나타났으며, 참여 의향이나 필수 여부에 있어서도 자유 교류를 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 레크리에이션과 굿즈 판매의 경우 전반적으로 높은 선호도를 보였으나 종합 컨벤션에 참여한 경험이 많을수록 선호도가 떨어지는 부적 상관을 보였는데, 국내에서 개최되는 행사가 늘어나며 진행되는 레크리에이션이나 판매되는 굿즈의 종류가 소모되고 있는 것은 아닌지 창작자들이 되돌아 볼 필요가 있는 지점이다.

5. 후속 제언

본 연구는 기존의 연구들이 시장의 미시적 부분만을 조사하여 행사라는 퍼리 팬덤의 큰 축을 조사하지 못한 맹점을 보완하는 것을 목표로 하였다. 따라서 이전 연구와 마찬가지로 최대한 많은 사람들에게서 많은 정보를 수집한 후, 그 안에서 주최자들이 응용할 수 있는 기술적 정보를 찾아내는 것을 목표로 하였다. 따라서 후속 연구에서는 본 연구에서 찾아낸 기술적 데이터를 바탕으로 더 많은 모델을

만들어 인과 관계를 확인하는 노력을 진행하는 것이 좋을 것이다. 또한 참가자들에 대한 질적 연구 역시 이루어질 수 있다. 행사를 직접 개최하는 주최측에서 참가자를 대상으로 하는 질적 연구를 진행하여 공유한다면 팬덤 전체가 득을 보는 결과를 가져올 것이다.

또한 본 연구 자체가 가진 아쉬운 점 역시 보완할 수 있을 것이다. 퍼리 팬덤 내 연구에서 고질적으로 나타나는 표본의 성비 문제와, 모델의 부족함을 보완할 수 있다면 더욱 의미있는 연구가 될 것이다.

참고 문헌

- Fletcher the Husky. (2024). 2024 한국 퍼리 팬덤 시장 조사 결과 및 해석. Retrieved from <https://fletcherthehusky.com/research/>
- University of California, Davis Department of Psychology. (2007). *Furry Survey Results*. Retrieved from <http://studyf3.livejournal.com/1383.html>

Contact

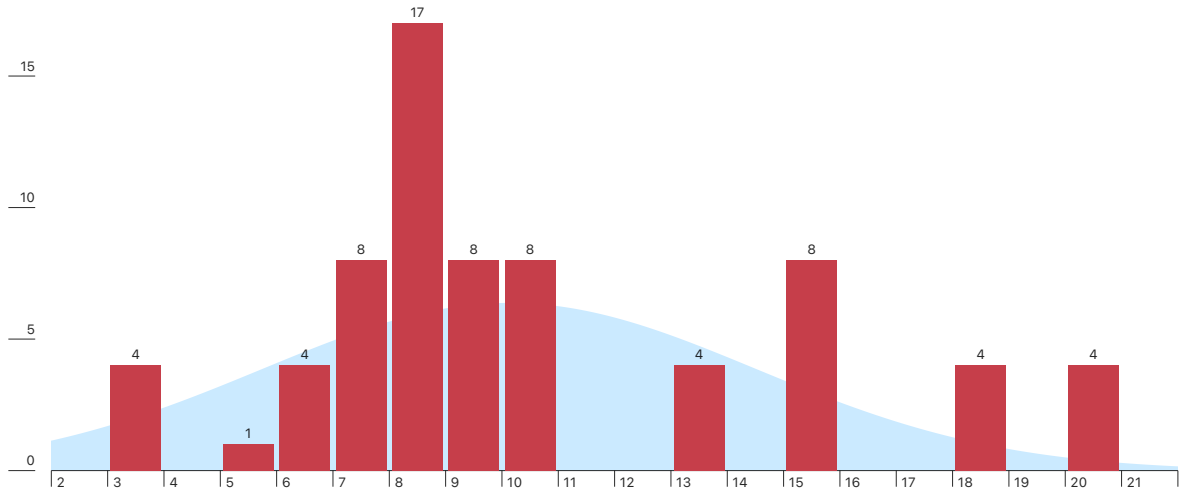
플레처 더 허스키 Fletcher the Husky
contact@fletcherthehusky.com
@husky_fletcher (Twitter)

COPYRIGHT © 2024 FLETCHER THE HUSKY. ALL RIGHTS RESERVED.

부록

Distribution of 촬영을 실내 스튜디오에서 진행한다면, 본인이 생각하기에 이상적인 촬영회 인원은 몇 명이라고 생각하십니까?

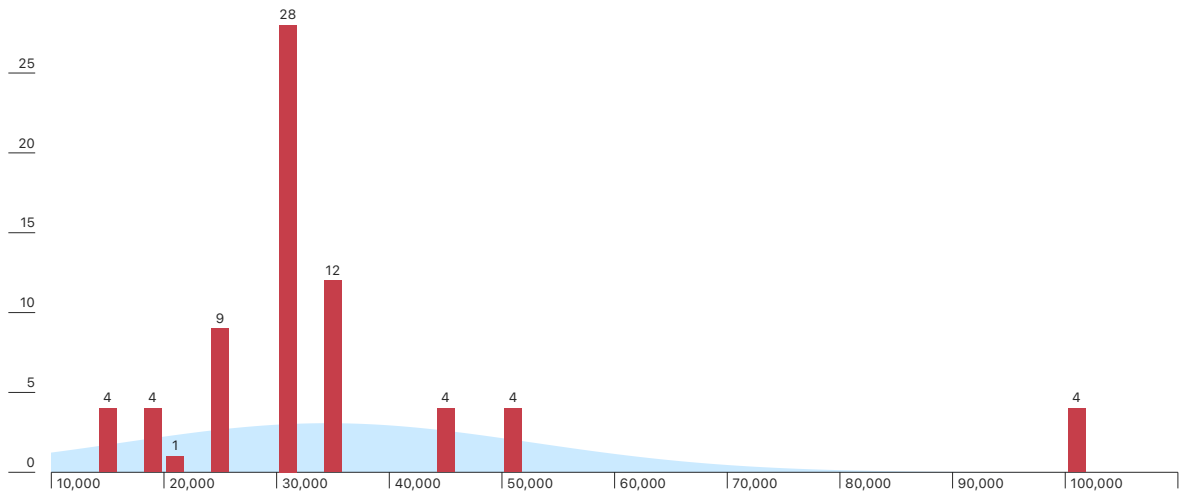
Mean = 10.129
Std. Deviation = 4.38



부록 1-1: 촬영회 경험자가 생각하는 이상적인 실내 촬영회 인원

Distribution of 촬영을 실내 스튜디오에서 진행한다면, 본인이 생각하기에 이상적인 촬영회 참가 비용은 얼마라고 생각하십니까?

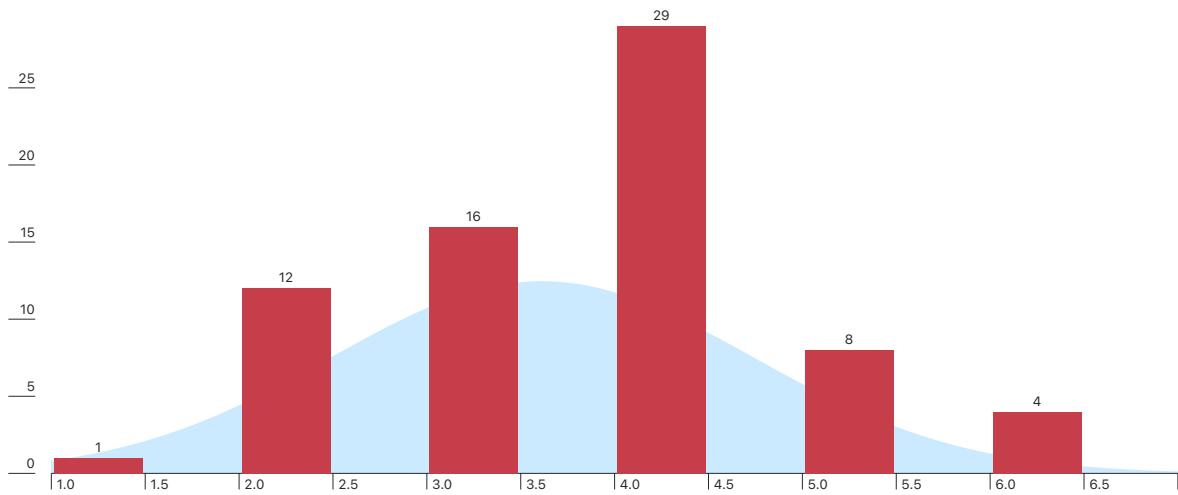
Mean = 34,528.571
Std. Deviation = 18,164.084



부록 1-2: 촬영회 경험자가 생각하는 이상적인 실내 촬영회 참가비

Distribution of 촬영을 실내 스튜디오에서 진행한다면, 본인이 생각하기에 이상적인 촬영회 진행 시간은 어느 정도라고 생각하십니까?

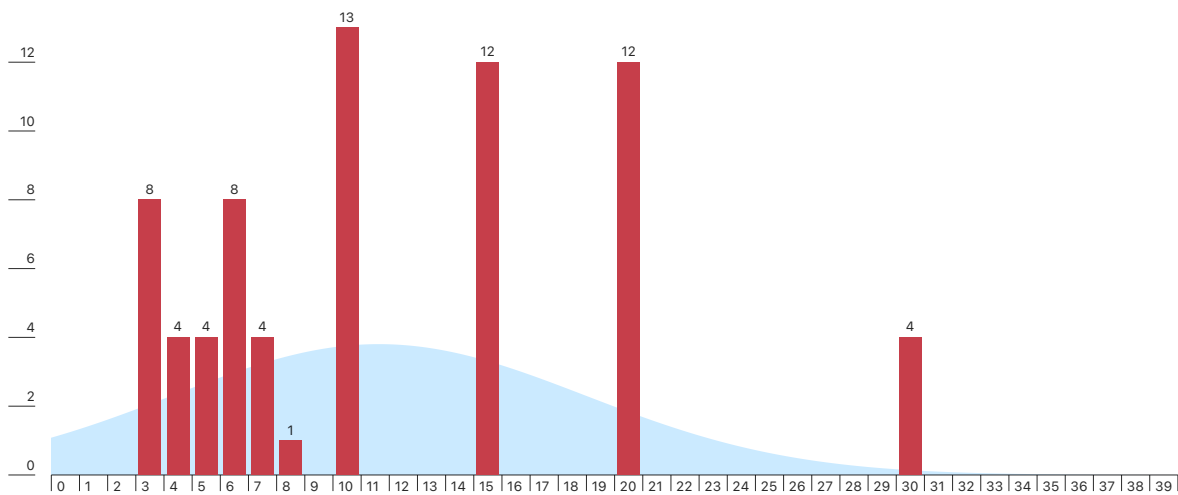
Mean = 3.614
Std. Deviation = 1.12



부록 1-3: 촬영회 경험자가 생각하는 이상적인 실내 촬영회 시간

Distribution of 촬영을 실외에서 진행한다면, 본인이 생각하기에 이상적인 촬영회 인원은 몇 명이라고 생각하십니까?

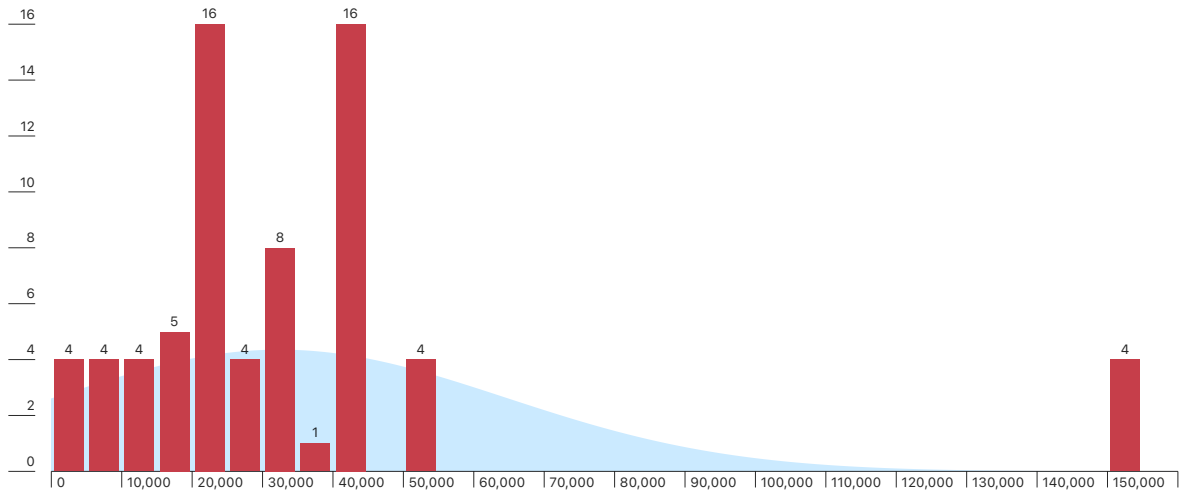
Mean = 11.629
Std. Deviation = 7.341



부록 1-4: 촬영회 경험자가 생각하는 이상적인 실외 촬영회 인원

Distribution of 촬영을 실외에서 진행한다면, 본인이 생각하기에 이상적인 촬영회 참가 비용은 얼마라고 생각하십니까?

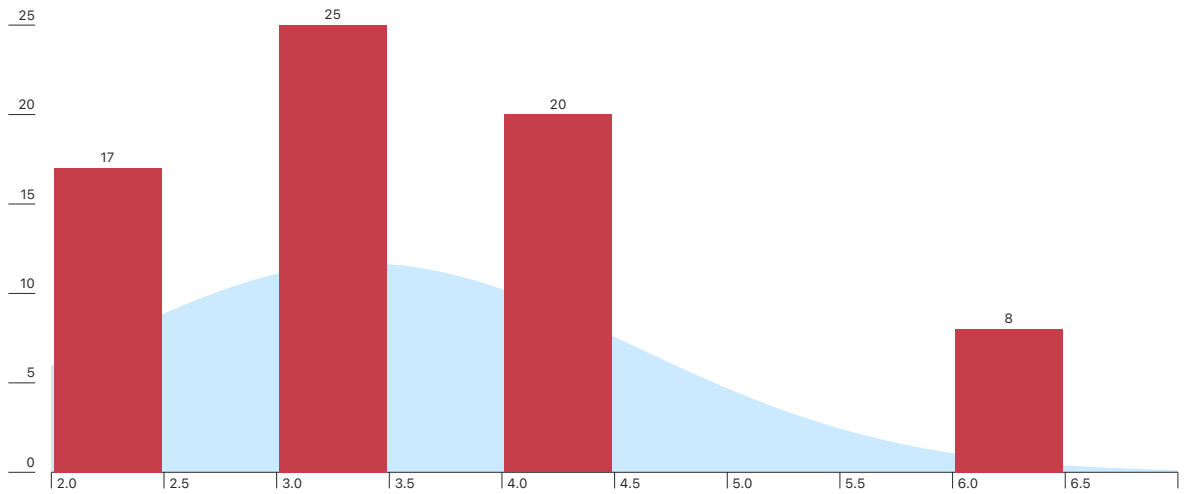
Mean = 32,434.286
Std. Deviation = 32,057.746



부록 1-5: 촬영회 경험자가 생각하는 이상적인 실외 촬영회 참가비

Distribution of 촬영을 실외에서 진행한다면, 본인이 생각하기에 이상적인 촬영회 진행 시간은 어느 정도라고 생각하십니까?

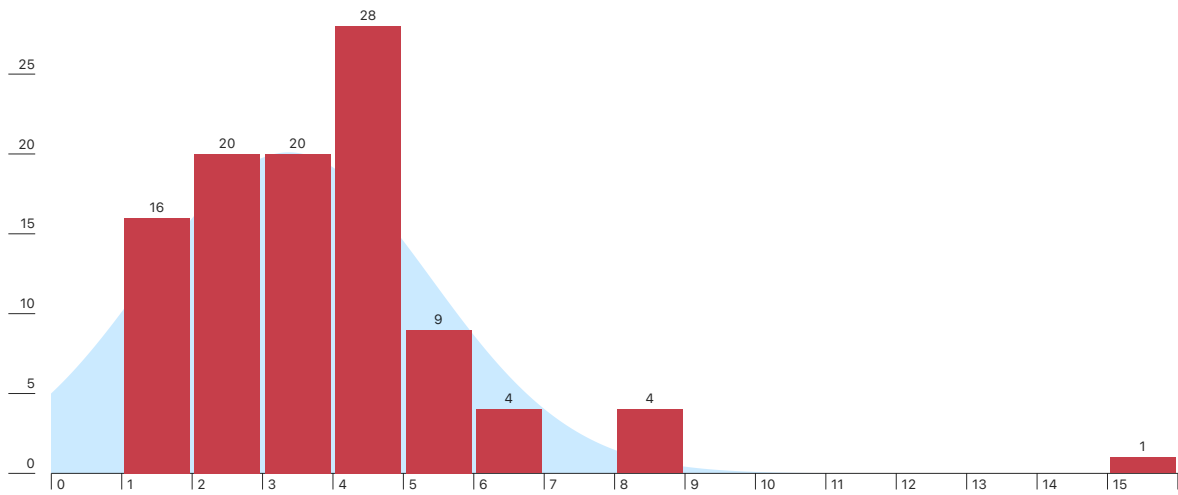
Mean = 3.386
Std. Deviation = 1.195



부록 1-6: 촬영회 경험자가 생각하는 이상적인 실외 촬영회 시간

Distribution of 국내에서 열린 종합 컨벤션 행사에 몇 번 정도 참여해 보셨습니까?

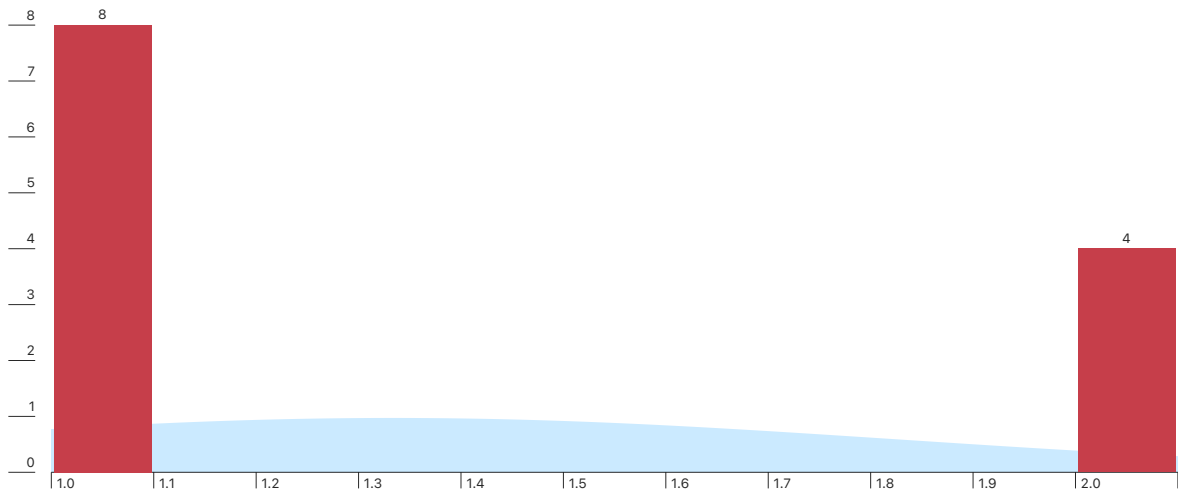
Mean = 3.373
Std. Deviation = 2.024



부록 2-1: 국내 종합 컨벤션 참가자의 참가 횟수 분포

Distribution of 해외에서 열린 종합 컨벤션 행사에 몇 번 정도 참여해 보셨습니까?

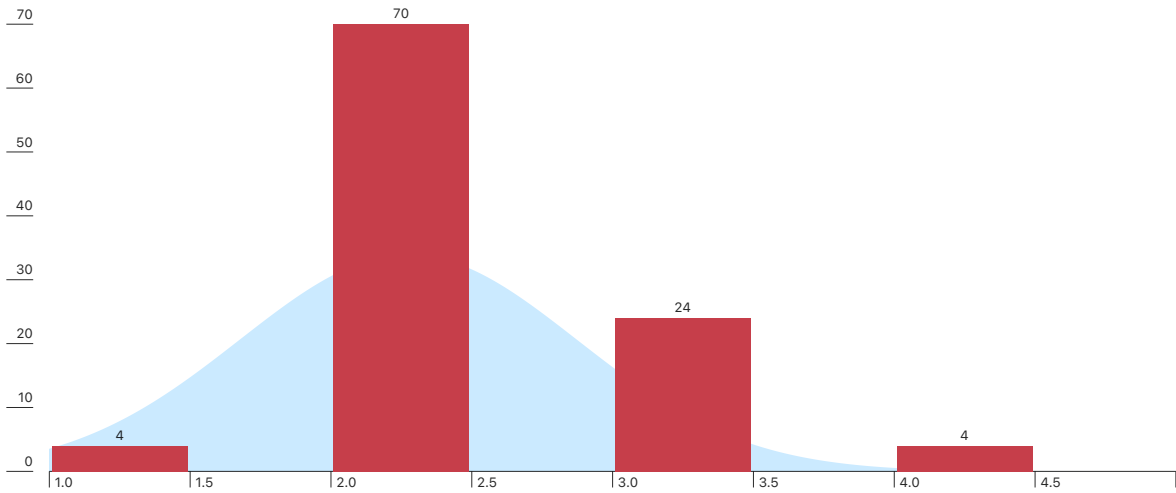
Mean = 1.333
Std. Deviation = 0.492



부록 2-2: 해외 종합 컨벤션 참가자의 참가 횟수 분포

Distribution of 본인이 생각하기에 종합 컨벤션은 며칠간 진행되는 것이 적절하다고 생각하십니까?

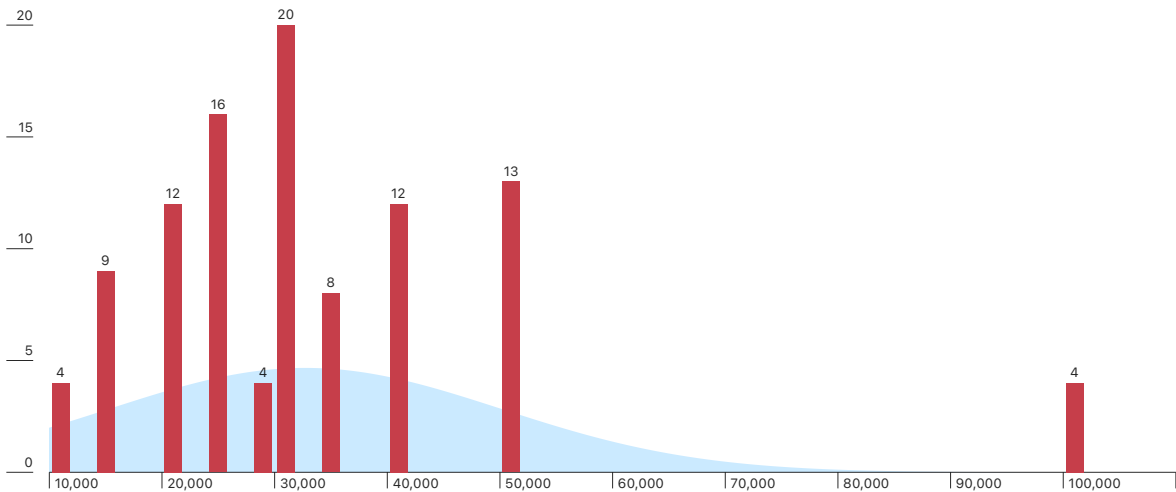
Mean = 2.275
Std. Deviation = 0.6



부록 3-1: 종합 컨벤션 참가자가 생각하는 이상적인 종합 컨벤션 일정

Distribution of 본인이 생각하기에 종합 컨벤션의 가장 저렴한 참가비는 얼마가 적절하다고 생각하십니까?

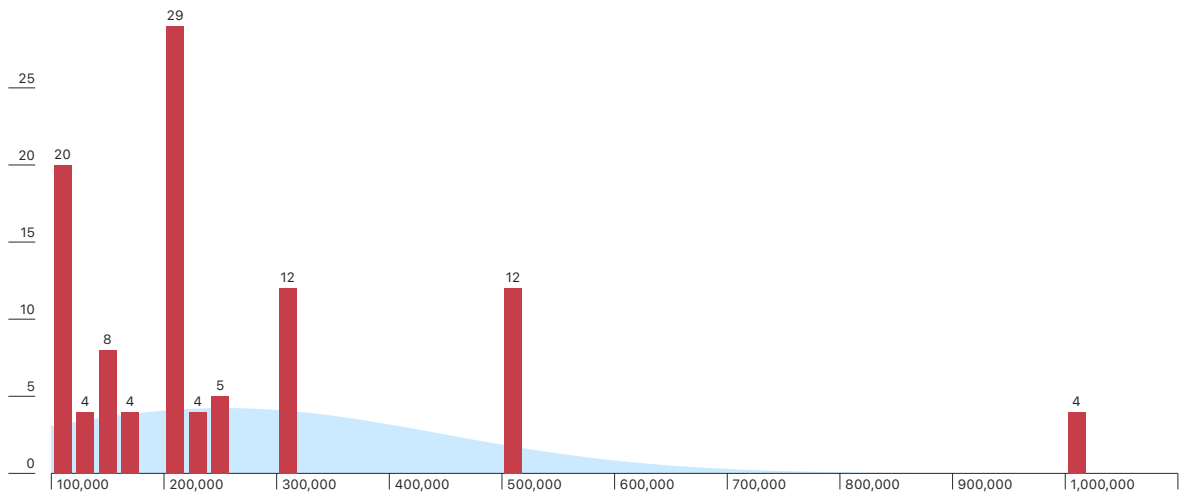
Mean = 32,715.686
Std. Deviation = 17,431.267



부록 3-2: 종합 컨벤션 참가자가 생각하는 이상적인 최저 티어 종합 컨벤션 참가비

Distribution of 본인이 생각하기에 종합 컨벤션의 가장 비싼 참가비는 얼마가 적절하다고 생각하십니까?

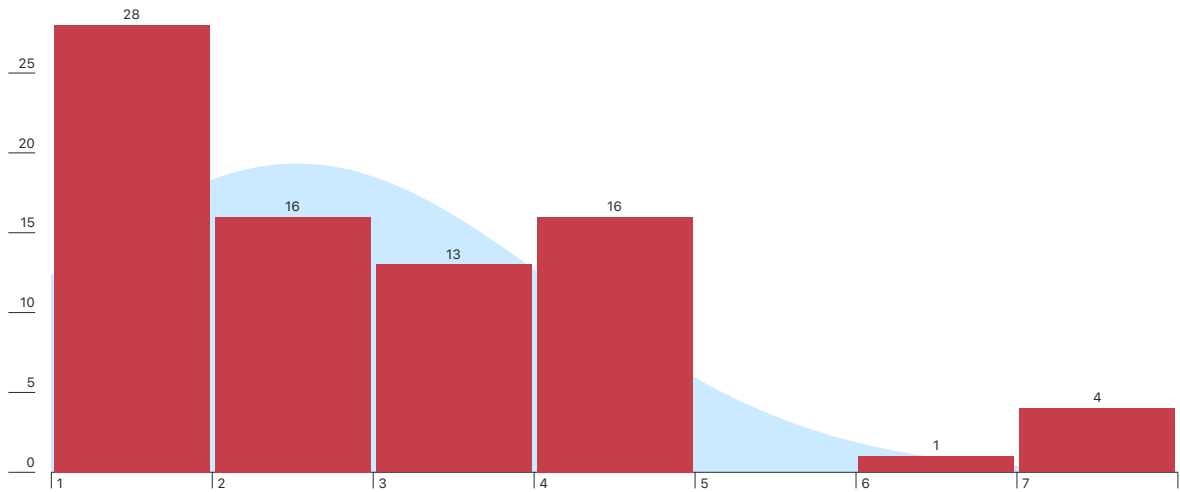
Mean = 253,941.176
Std. Deviation = 192,119.797



부록 3-3: 종합 컨벤션 참가자가 생각하는 이상적인 최고 티어 종합 컨벤션 참가비

Distribution of 국내에서 열린 굿즈 판매전 행사에 몇 번 정도 참여해 보셨습니까?

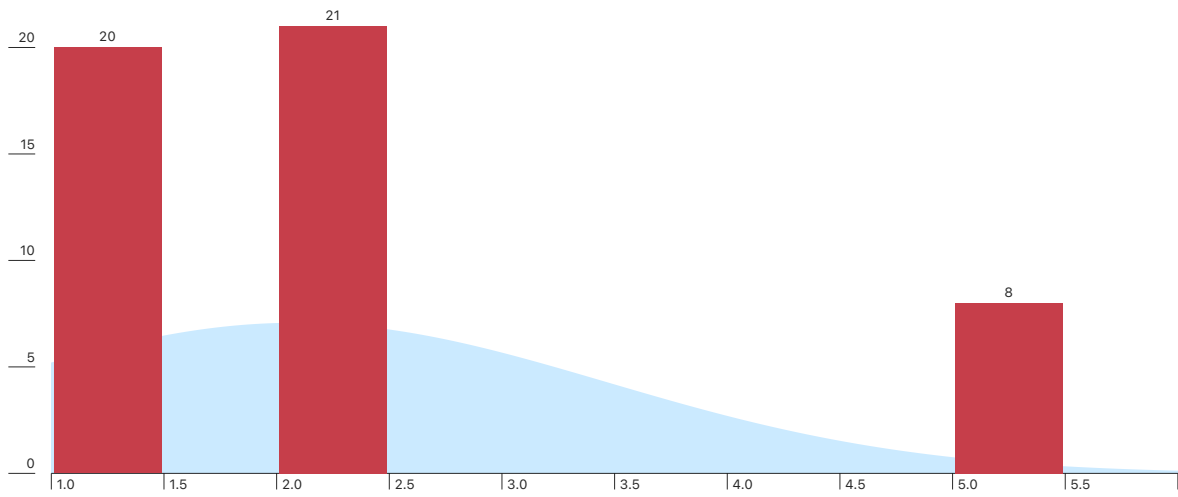
Mean = 2.526
Std. Deviation = 1.609



부록 4-1: 굿즈 판매전 참가자의 참가 횟수 분포

Distribution of 국내에서 열린 आयु회 행사에 몇 번 정도 참여해 보셨습니까?

Mean = 2.082
Std. Deviation = 1.382



부록 4-2: आयु회 참가자의 참가 횟수 분포